

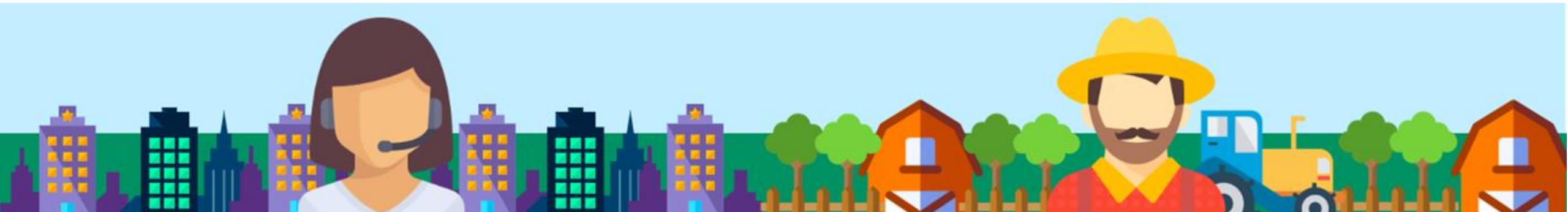


**Hf**  
**Brasil**

# O mercado brasileiro de mamão

Marcela Guastalli Barbieri

*Pesquisadora Hortifruti/Cepea*



# Sobre o Hortifruti/Cepea



Centro de Estudos  
Avançados em Economia  
Aplicada (Cepea)



Esalq/Usp – Departamento  
de Economia, Administração  
e Sociologia

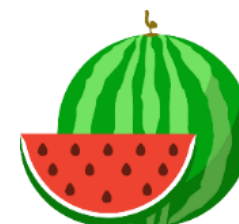


Desenvolve pesquisas de  
mercado de 13 frutas e  
hortaliças



# Sobre o Hortifruti/Cepea

- *Portfólio de produtos:*



# Sobre o Hortifruti/Cepepa



19 99128.1144



## Contato com o produtor

Semanalmente, nossos analistas de Mercado entram em contato com produtores de todo o Brasil



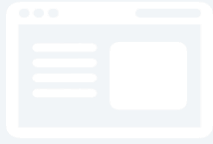
## Análise das informações

Após a captação das informações, analistas e pesquisadores observam os dados e discorrem sobre retrospectivas e perspectivas para o mercado

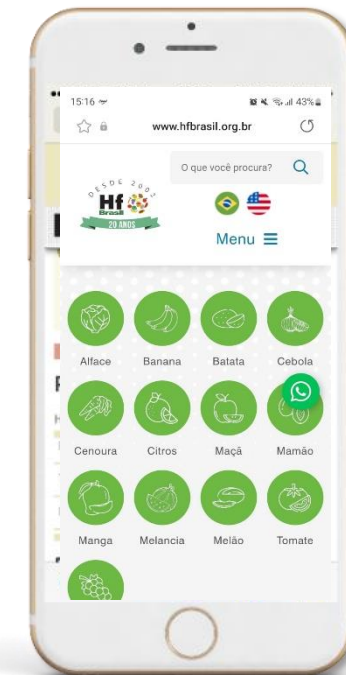
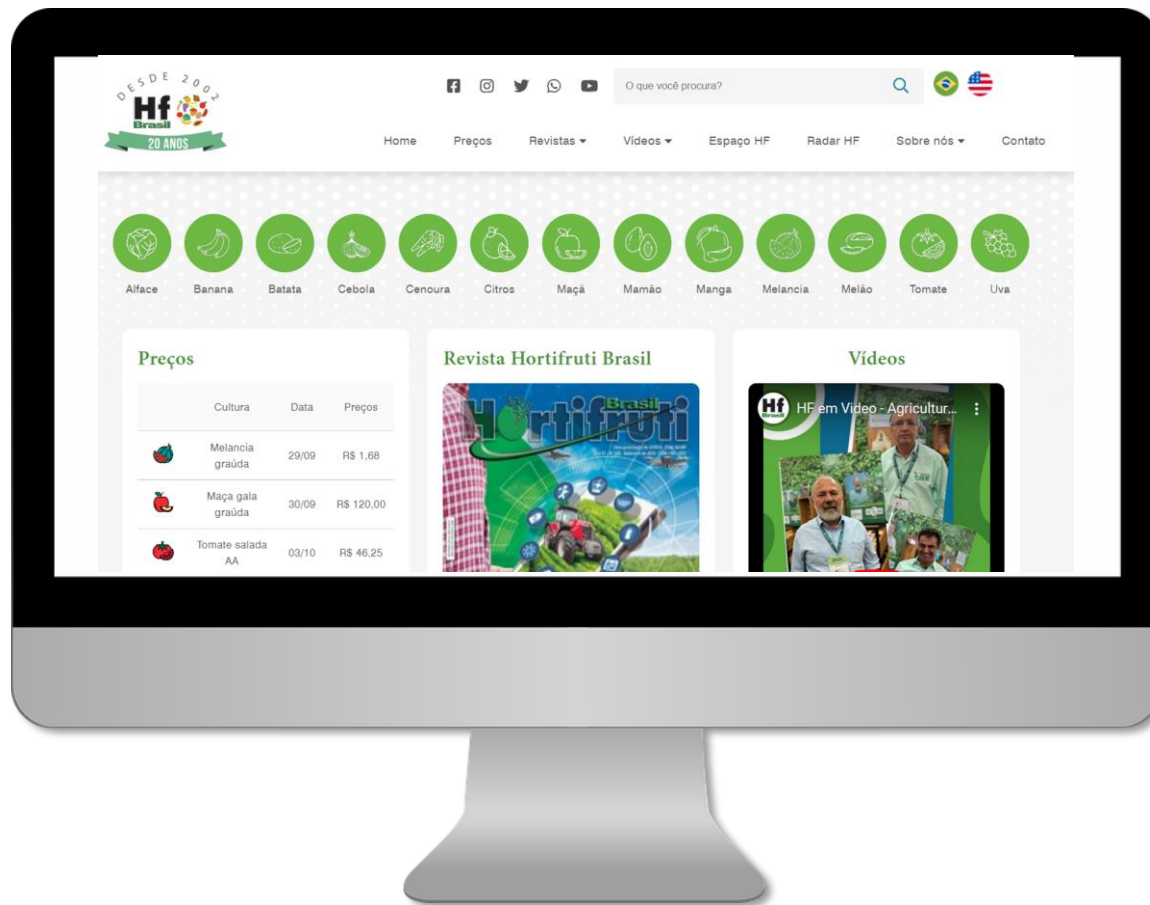


## Produção de conteúdo

Com as informações em mãos, nossa equipe divulga notícias em diversas redes de comunicação, com ênfase na Revista Hortifruti Brasil e nossas redes sociais

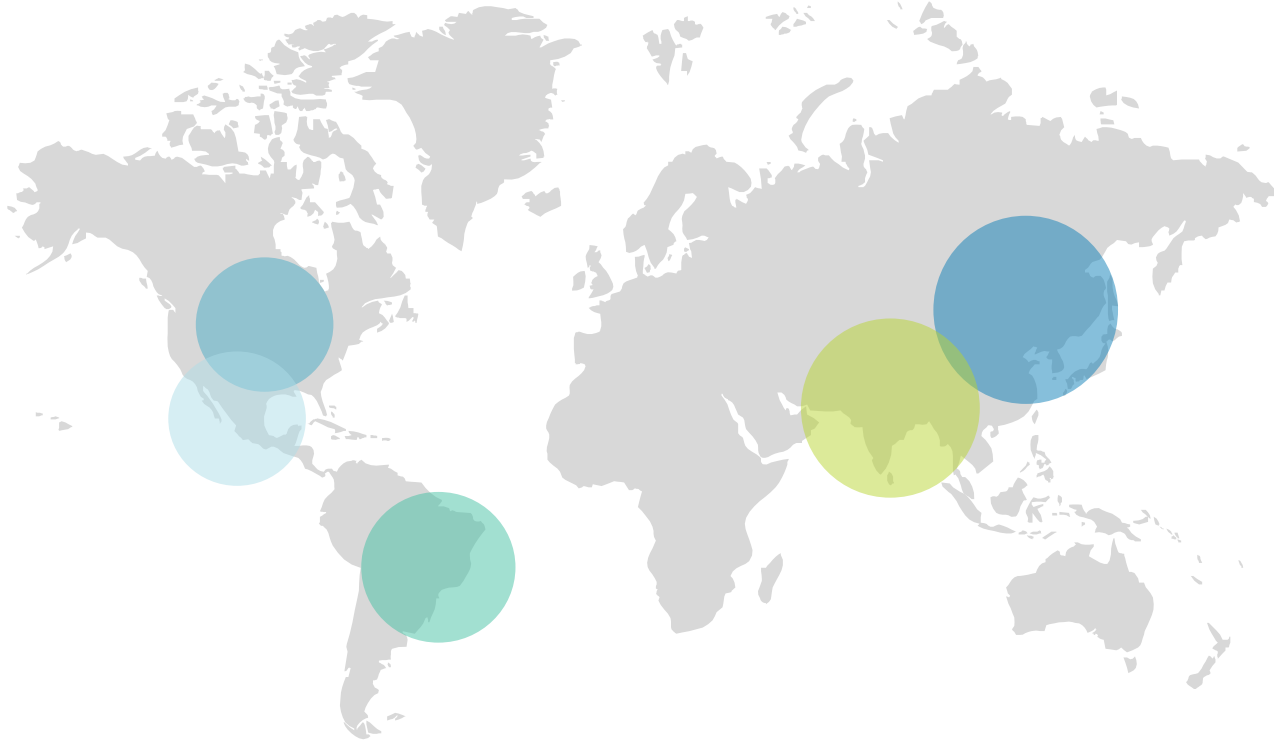


Acesse nosso site [www.hfbrasil.org.br](http://www.hfbrasil.org.br)  
E siga nosso canal no whatsapp



# ▶▶ BR é o 3º maior produtor de frutas (2022)

Em 2022, o Brasil figurou entre os maiores produtores de frutas do mundo, ficando apenas atrás da China e Índia.



260 milhões de t

**28%**



112 milhões de t

**12%**



42 milhões de t

**4%**



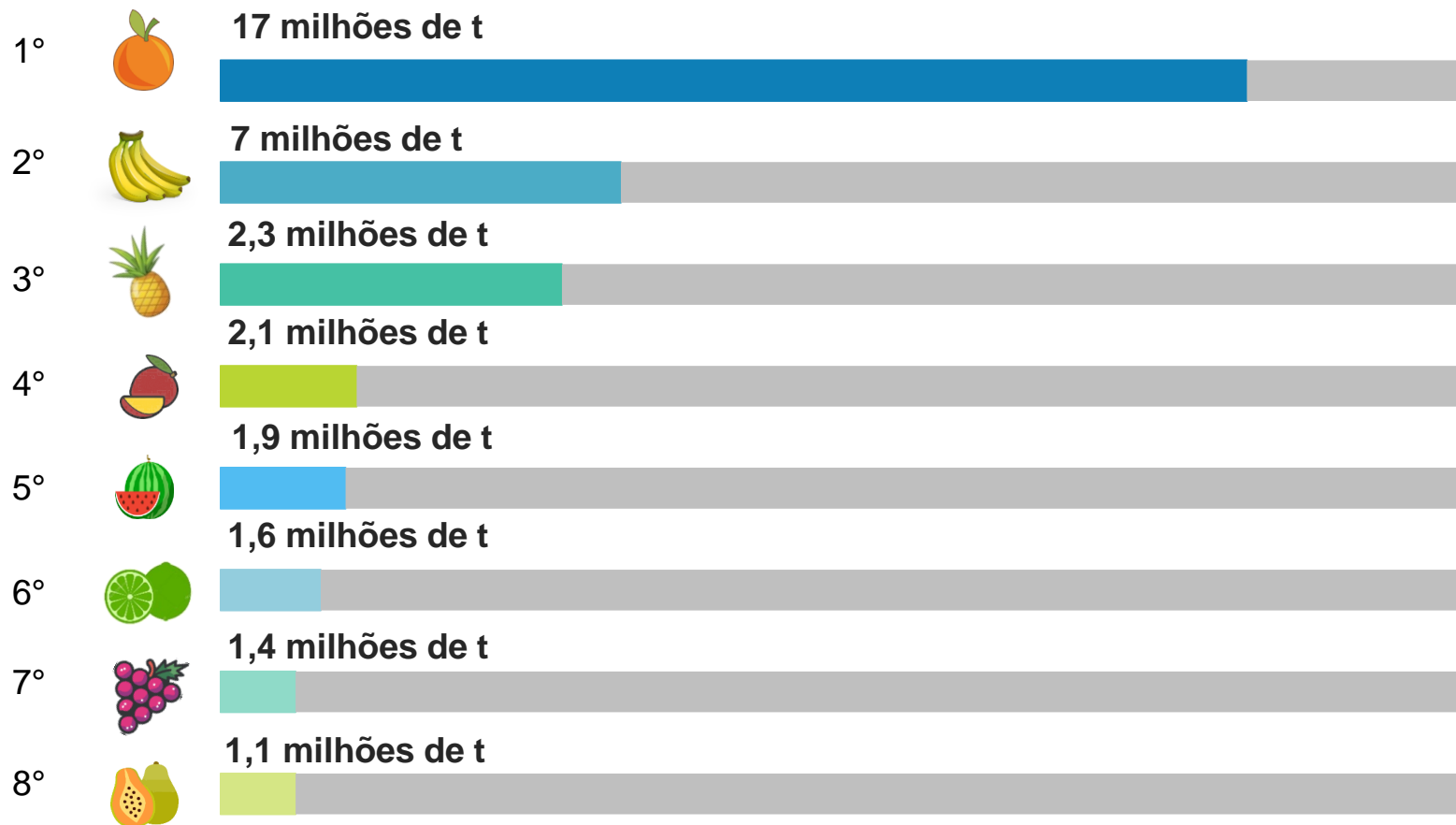
1º CHINA

2º ÍNDIA

3º BRASIL

Fonte: FAOSTAT (2022)

# Mais produzidas



**PRODUÇÃO BRASILEIRA DE FRUTAS: 42 milhões de toneladas (FAOSTAT, 2022)**



# Mais consumidas

A presença das frutas nos gastos domésticos com alimentação subiu de 3,2% (POF 2008) para 3,5% (POF 2018), resultado das maiores despesas com outras frutas além da **banana, maçã e a laranja**.

Apesar de o percentual dos gastos não ter se reduzido, o consumo médio de frutas caiu, no geral. Isso sinaliza que o brasileiro adaptou seu consumo para manter sua despesa média com hortifrúti nos lares diante do aumento dos valores desses produtos nesse período.

CONSUMO DE HF (Kg/pessoa no ano)	2008- 2009	2017- 2018	Var (%)
Hortaliças (total)	24,87	22,1	-11%
Frutas (total)	28,86	26,41	-8%



## BANANA CONTINUA COMO A FRUTA PREFERIDA

As **10** frutas mais consumidas no Brasil (kg/pessoa no ano)

Ranking	Principais frutas	2008	2018	Varição
<b>1°</b>	Banana	7,68	7,08	-8%
<b>2°</b>	Laranja	5,44	4,30	-21%
<b>3°</b>	Melancia	3,37	2,65	-21%
<b>4°</b>	Maçã	2,15	2,12	-1%
<b>5°</b>	Mamão	2,05	1,80	-12%
<b>6°</b>	Abacaxi	1,48	1,39	-6%
<b>7°</b>	Manga	0,97	1,19	22%
<b>8°</b>	Tangerina	1,18	0,99	-17%
<b>9°</b>	Melão	0,46	0,84	80%
<b>10°</b>	Limão	0,59	0,81	37%
	<b>Outras</b>	<b>3,51</b>	<b>3,27</b>	<b>-7%</b>

Fonte: POF/IBGE (2008-2009 e 2017-2018).

# Locais de compra do consumidor brasileiro de MAMÃO

## PREFERENCIA DOS DOMÍCIlios BRASILEIROS QUANTO AO LOCAL DE COMPRA DE MAMÃO

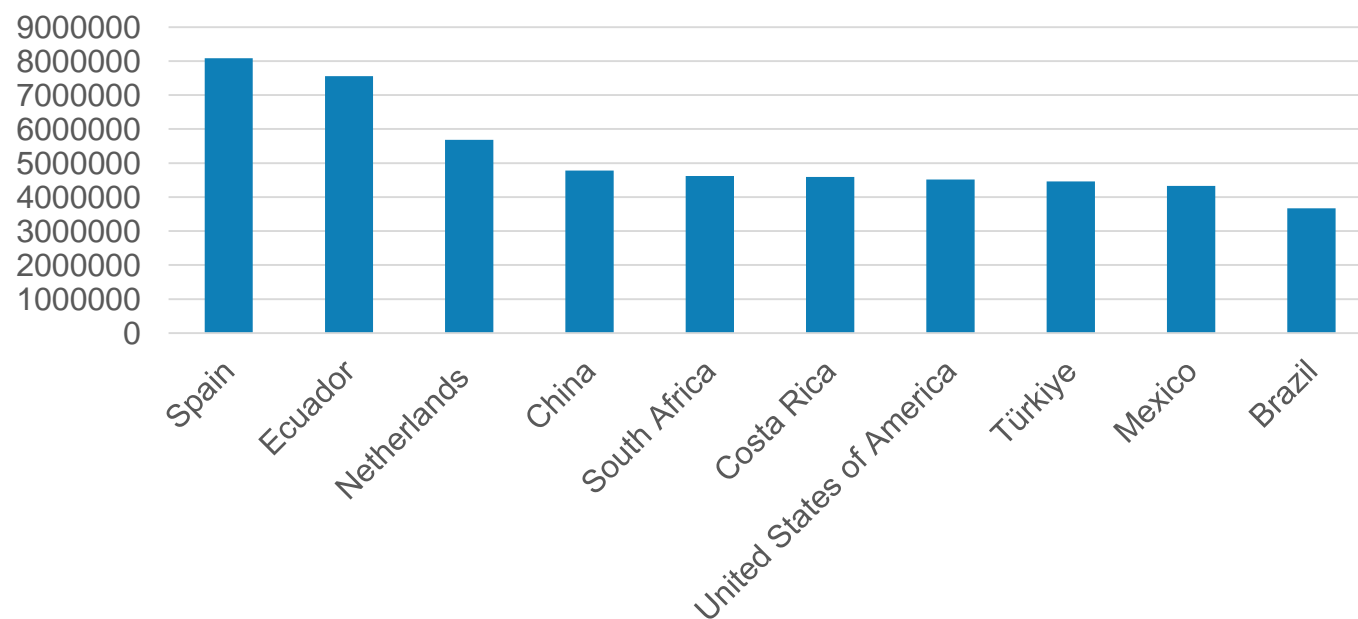
Total	43%	35%	14%	5%	2%	1%	
Região	Super & Hipermercados	Feiras, Sacolões e Quitandas	Mercados e Mercadinhos	Ambulantes, Autônomos, Produtor Rural	Atacadista, Ceasas e Armazéns	Outros	TOTAL
Norte	37%	36%	6%	14%	5%	2%	100%
Nordeste	25%	48%	14%	9%	4%	0%	100%
Centro-Oeste	60%	13%	14%	8%	4%	1%	100%
Sudeste	45%	38%	11%	3%	2%	1%	100%
Sul	53%	18%	22%	5%	1%	1%	100%

No cenário nacional, os principais locais de compra de mamão são os supermercados e hipermercados, seguidos pelas feiras, sacolões e quitandas. Assim como observado nas demais frutas, Sudeste, Sul e Centro-oeste apresentam maior participação dos supermercados e hipermercados, enquanto Nordeste apresenta mais participação de feiras – que são bastantes tradicionais na região. No Norte, esses locais de compra mencionados estão com números bastante parecidos. Destaca-se que, nesta região, tem-se produção local que abastece o mercado, mas boa parte também é comprada de fora.

# Mas **perde** colocações quando assunto é exportação ◀◀

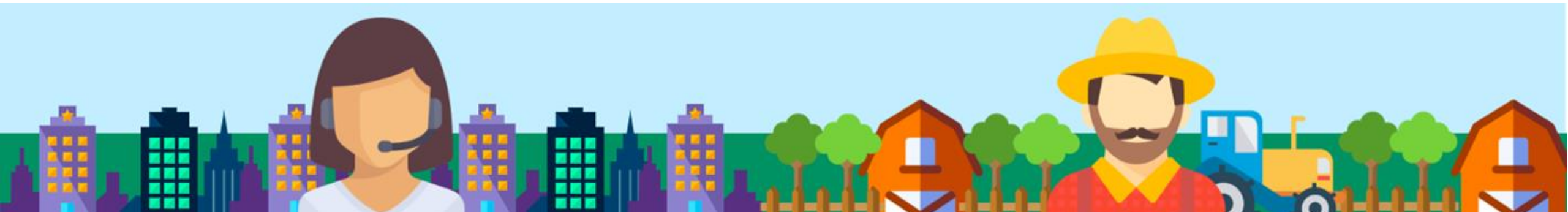
Ao contrário do pódio de produção mundial, o Brasil perde algumas colocações quando o assunto é exportação, e pula do 3º para o 10º lugar. Motivos: mercado interno forte para a maioria das frutas e processamento de laranja elevado (uma das frutas mais produzidas no País).

Top 10 dos países exportadores de frutas



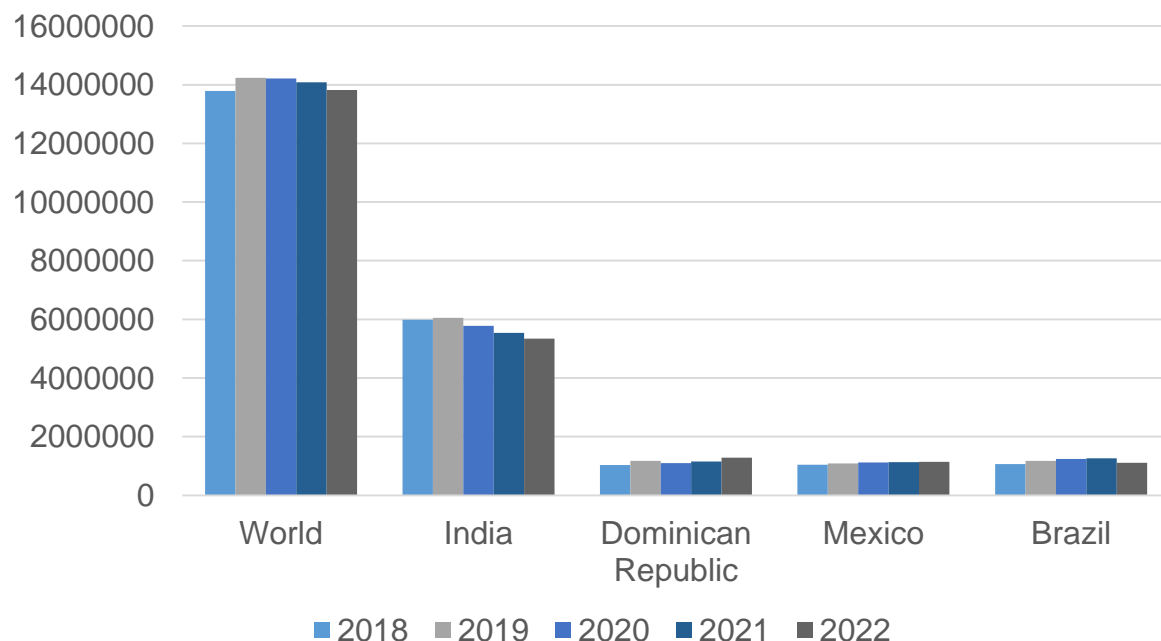
Fonte: FAOSTAT (2022)

# Visão geral da produção de mamão



# A produção brasileira de mamão

Evolução da produção mundial de mamão (t)



	2018	2022	Variação (22x18)
World	13789845	13822327	0%
India	5989000	5341000	-11%
Dominican Republic	1026618	1281726	25%
Mexico	1039819	1139121	10%
Brazil	1065421	1107761	4%

5,3 milhões de t

**39%**



1,3 milhões de t

**9%**



1,14 milhões de t

**8%**



1,10 milhões de t

**8%**



**1º Índia**

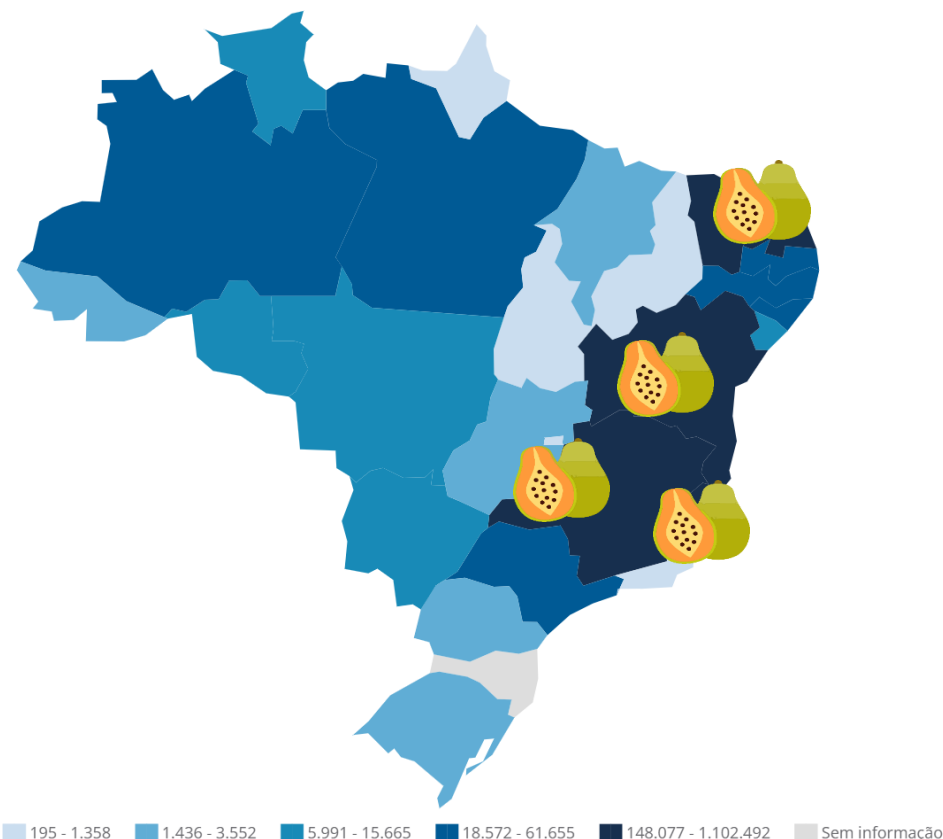
**2º Rep. Dominicana**

**3º México**

**4º Brasil**

Fonte: FAOSTAT (2022)

# Onde estão as principais regiões produtoras?



**Censo Agropecuário (IBGE)**

Área: 27 mil ha

**X**

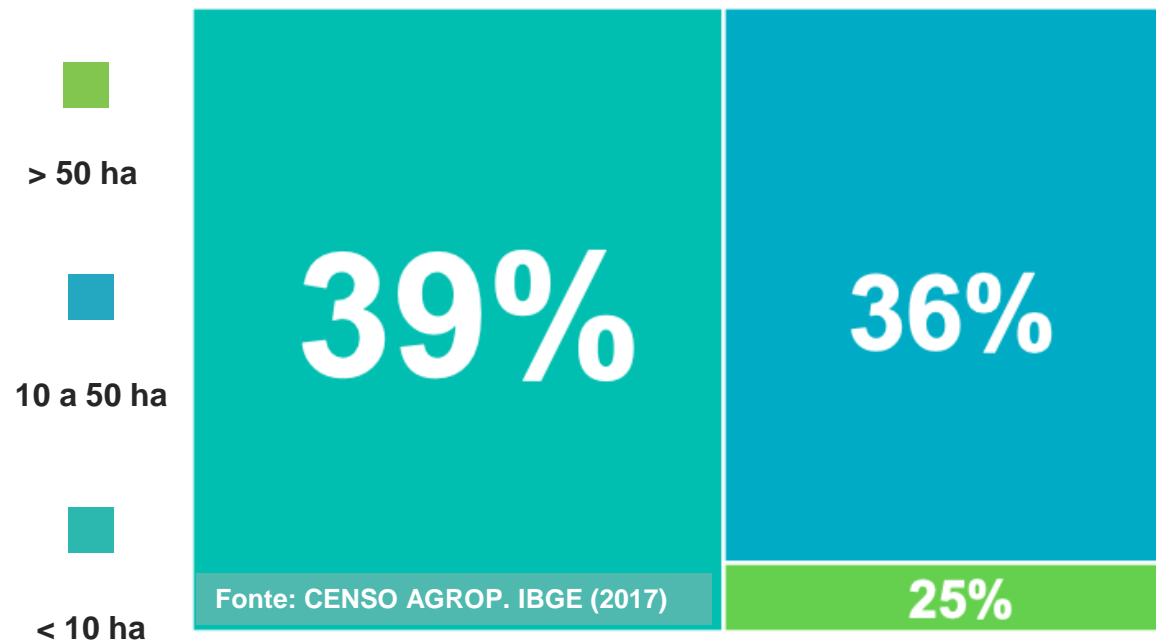
**Hortifruti Brasil (CEPEA)**

Área: 13 mil ha

- Acompanhamos 48% da área do IBGE
- Trabalhamos com produtores comerciais
- Área de média/alta tecnologia

# PERFIL da produção de mamão no BR

Participação (%) na produção de mamão por tamanho de propriedades



**39% SÃO PEQUENOS PRODUTORES**

E são responsáveis por **2%** da produção nacional

**36% SÃO MÉDIOS PRODUTORES**

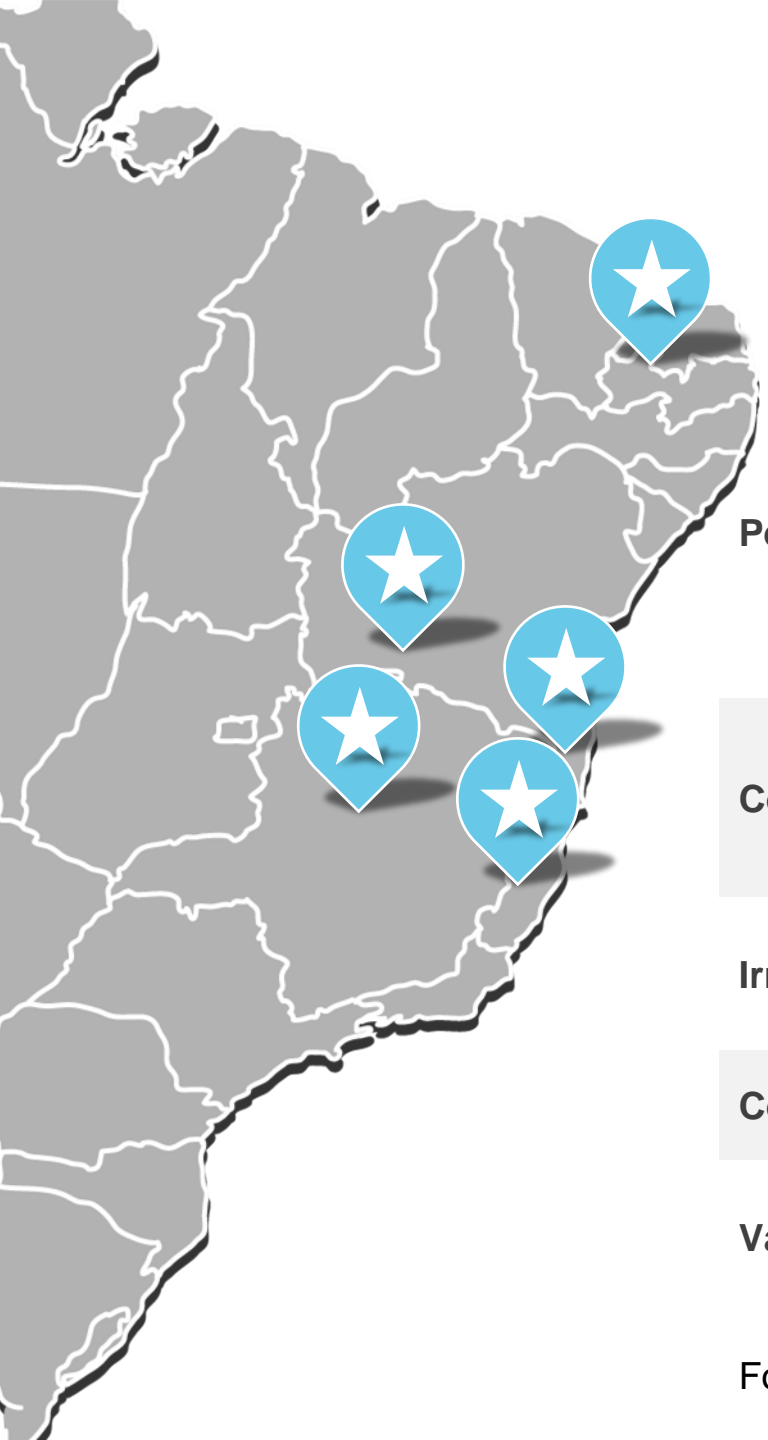
E são responsáveis por **14%** da produção nacional

**25% SÃO GRANDES PRODUTORES**

E são responsáveis por **84%** da produção nacional

A categorização entre pequeno, médio e grande produtor é baseado no consenso que os agentes do mercado apresentam sobre a escala de produção. Mamocultores pequenos são aqueles com até 10 hectares; os médios são aqueles entre 10 e 50 hectares e, por fim, os grandes são aqueles com propriedades acima de 50 hectares. De modo geral, pode-se observar que, na soma das principais regiões produtoras, existe a predominância dos pequenos produtores, representando cerca de 39% do total de estabelecimentos. Em contrapartida, os médios e os grandes possuem o maior volume de produção, juntos são responsáveis por 98% do total produzido, na mesma comparação. Vale ressaltar, por sua vez, essa participação dos pequenos produtores era ainda maior em anos anteriores, houve uma maior concentração da cultura na mão dos mais tradicionais e mais resilientes, o que alterou um pouco o perfil nos últimos anos.

# Perfil das regiões acompanhadas pelo Cepea

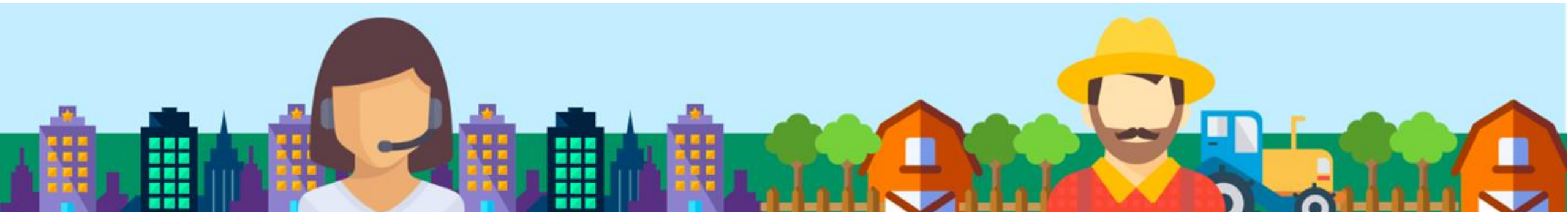


	Norte do ES	Sul da BA	Norte de MG	Oeste da BA	RN
<b>Perfil</b>	Região produtora tradicional, profissionalizada e exportadora	Maior região produtora da BA, com boa profissionalização	Região fruticultora, com bom nível tecnológico e grande portfólio de culturas	Possui bom nível tecnológico e investimentos em commodities	Presença de grandes empresas exportadoras asseguram bom uso de tecnologia
<b>Consórcio</b>	Muito comum com café para os mais tradicionais	Assim como no ES, com café para os mais tradicionais	Pouco usual	Pouco usual	Pouco usual
<b>Irrigação</b>	Microaspersão e gotejamento	Microaspersão e gotejamento	Pivô central, microaspersão e gotejamento	Pivô central, microaspersão e gotejamento	Gotejamento e minoria microaspersão
<b>Comércio</b>	Doméstico e internacional	Doméstico e internacional	Doméstico	Doméstico	Doméstico e internacional
<b>Variedades</b>	55% de formosa e 45% havaí	75% de havaí e 25% de formosa	100% formosa	100% formosa	80% de formosa e 20% de havaí

Fonte: Cepea

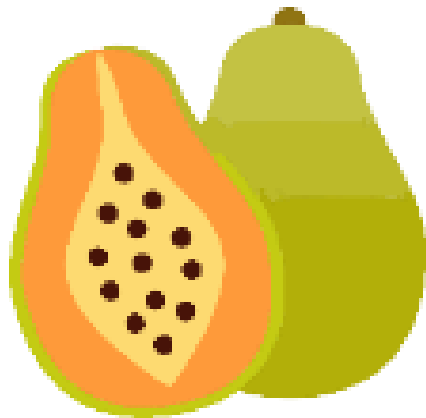


# Visão geral do mercado de mamão



# Mercado brasileiro de mamão

Principais fatores relacionados a formação dos **preços domésticos**:



- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Qualidade
- ✓ Exportação

# Oferta

## Calendário de oferta

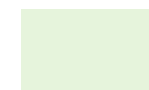
Legenda: intensidade da oferta



Intensa

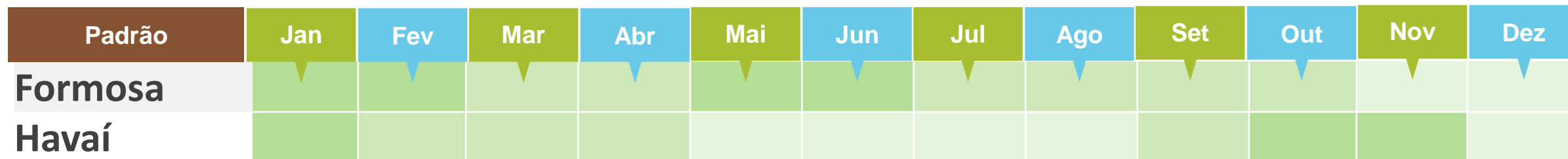


Moderada

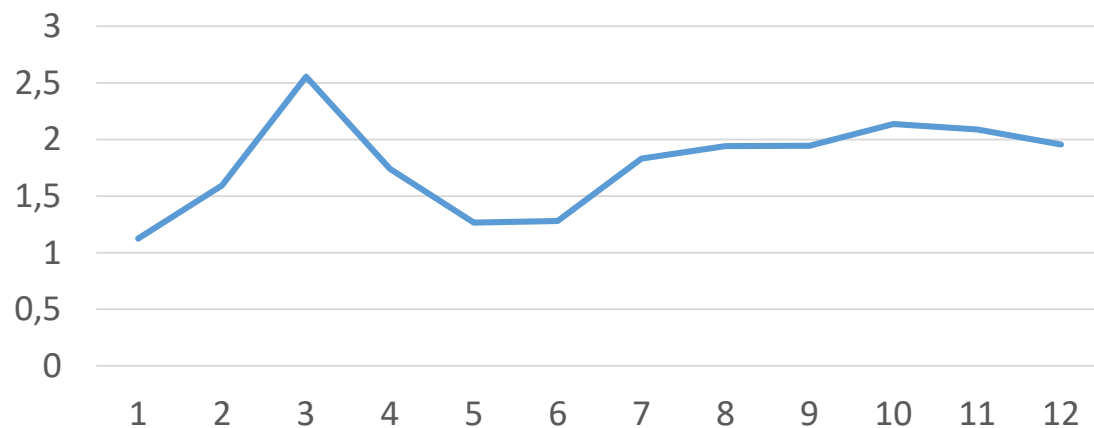


Fraca

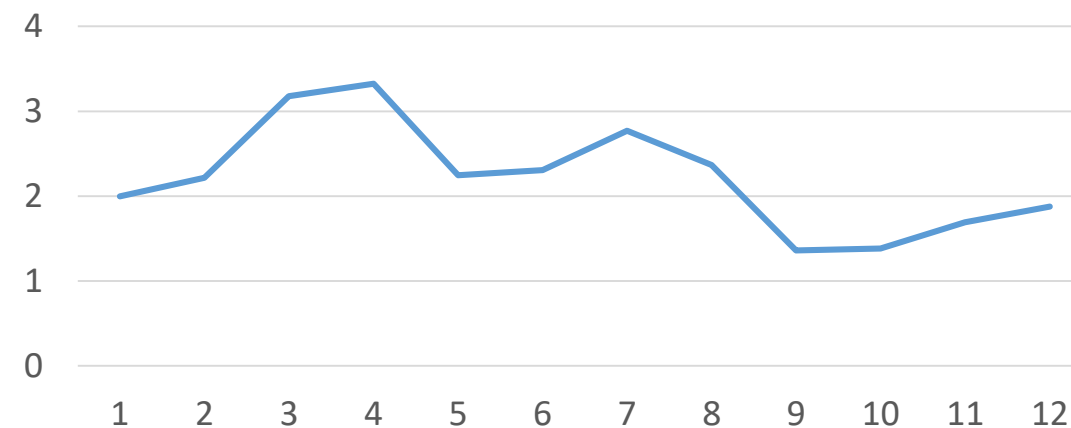
Sazonalidade padrão de oferta indicada pela Ceagesp



Sazonalidade dos preços do formosa no Norte do ES nos últimos 5 anos (R\$/kg) - Cepea

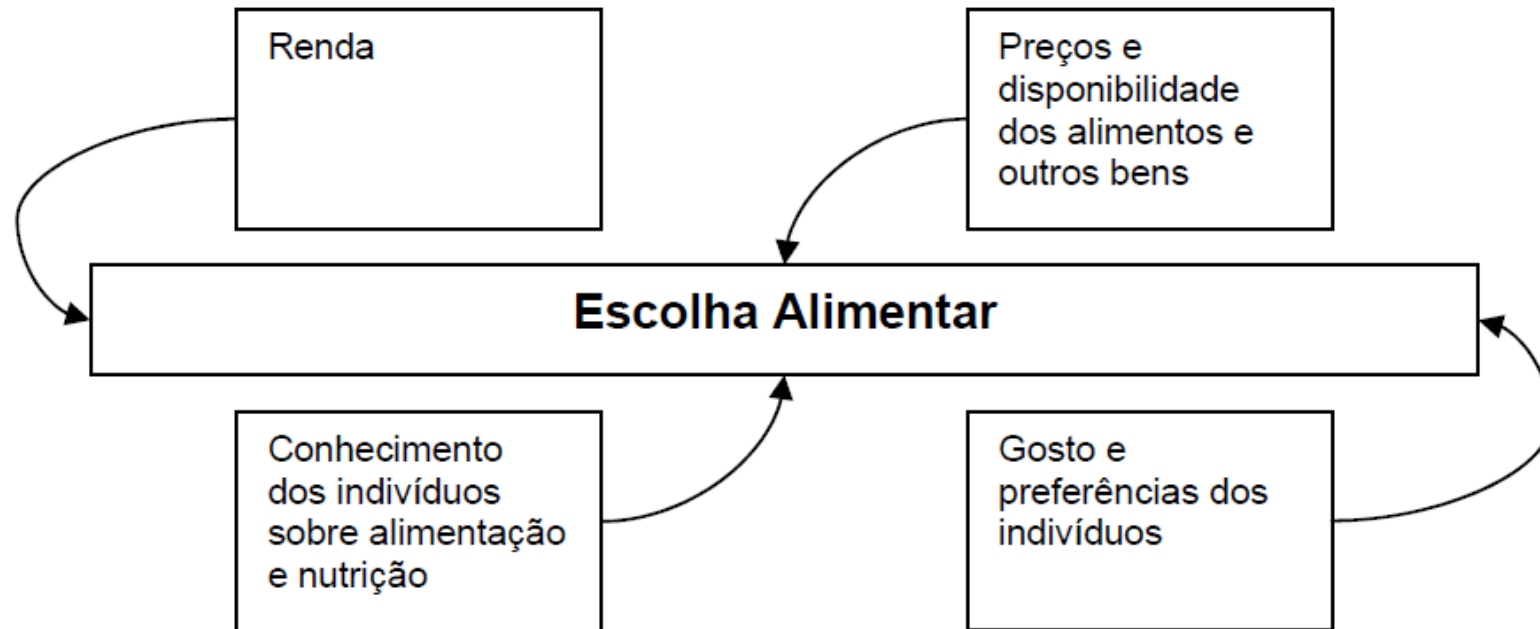


Sazonalidade dos preços do havaí no Sul da BA nos últimos 5 anos (R\$/kg) - Cepea



# Demanda

Determinantes principais da escolha de alimentos.



CLARO, Rafael Moreira. *Influência da renda e preço dos alimentos sobre a participação de frutas, legumes e verduras no consumo alimentar das famílias do município de São Paulo* [online]. São Paulo : Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, 2006. Dissertação de Mestrado em Nutrição. [acesso 2016-03-07]. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6133/tde-31082007-100057/>>.

Produtos **essenciais**, com poucos substitutos diretos e de baixo peso no orçamento, tendem a ter menos impacto com a queda da renda

## IMPACTOS DA REDUÇÃO NA RENDA SOBRE O CONSUMO DE CADA HF:



**Frutas mais caras**, que pesam mais sobre o orçamento familiar e com vários substitutos próximos, tendem a ter redução quase que proporcional à queda da renda



### OBSERVAÇÃO:

O cálculo foi feito a partir do conceito de elasticidade-renda, que mede a variação do consumo dos produtos conforme mudanças na renda.

# QUALIDADE

Frutas não são *commodities*!

- A **diferenciação** por qualidade pode gerar melhor remuneração
- Tem que ser “bem trabalhada!”
- Mas para ser remunerado de acordo com a qualidade, deve haver uma **classificação e padronização!**



Defeito de  
polpa



Podridão



Ferimento



Imaturo

O SETOR DE HF AINDA TEM MUITO O QUE AVANÇAR NESSE PONTO BÁSICO DA COMERCIALIZAÇÃO

# EXPORTAÇÃO

- ❑ Impacto direto na oferta de frutas no território brasileiro
- ❑ Se produtores **exportarem mais**: Reduz a oferta no mercado interno e consequentemente os preços podem se elevar no País

95%

Da área do Brasil destina sua produção ao mercado doméstico

5%

Da área do Brasil destina sua produção do mercado externo

Fonte: Cepea



# Mercado atual de mamão





# MAMÃO

## Área total de mamão de média/alta tecnologia – hectares

Região	2019	2020	2021	2022	2023
Norte do Espírito Santo	6000	5000	4000	3500	4500
Norte de Minas Gerais	1700	1300	1000	1000	1200
Oeste da Bahia	1820	1710	1450	1300	1400
Sul da Bahia	5200	4500	3500	3000	4000
Rio Grande do Norte	1750	1450	1280	1230	1530
<b>TOTAL</b>	<b>16.470</b>	<b>13.960</b>	<b>11.230</b>	<b>10.030</b>	<b>12.630</b>
<b>VARIAÇÃO</b>	<b>13%</b>	<b>-15%</b>	<b>-20%</b>	<b>-11%</b>	<b>26%</b>

Fonte: Hortifruti/Cepea



**Queda dos investimentos na pandemia** da covid-19 (impacto nas vendas, falta de semente de formosa, e expansão dos casos de viroses)

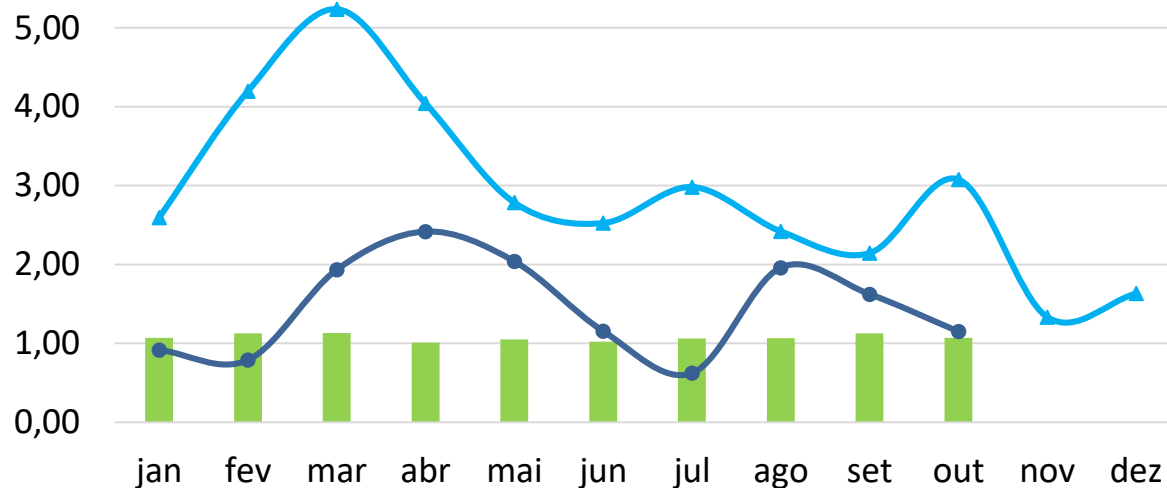
**Recuperação do plantio em meados de 2022** devido aos preços altos, o que está refletindo na maior oferta deste ano



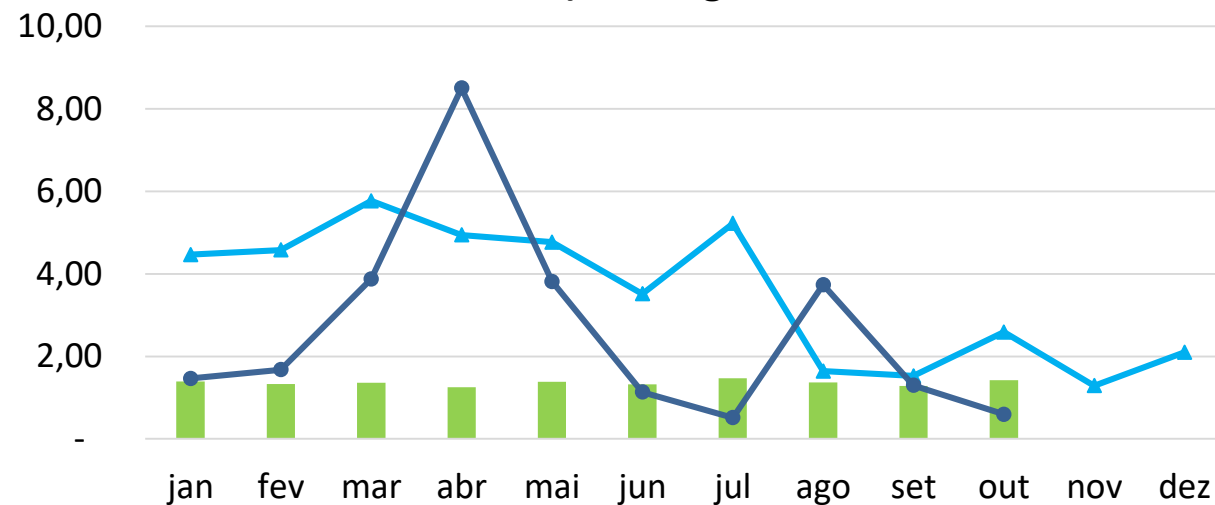
Pontualmente, as **chuvas** e as **altas temperaturas** resultaram na maior aparição de doenças, como pinta-preta e antracnose.



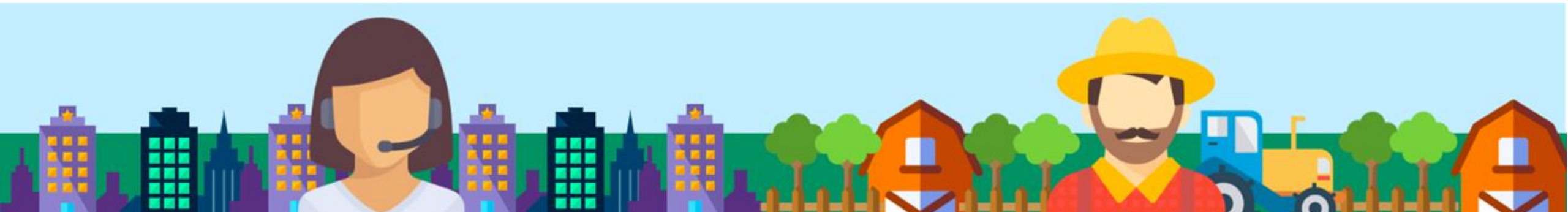
### Rentabilidade do formosa na média das regiões (sem RN) - R\$/kg



### Rentabilidade do havaí na média das regiões (sem RN) - R\$/kg



# Mercado internacional de mamão



# Panorama internacional

4º

Produtor mundial  
(em volume)  
Fonte: FAO 2022

Perdendo apenas para Índia,  
República Dominicana,  
México

2º

Exportador mundial  
(em receita)  
Fonte: FAO 2022

Perde apenas para México,  
mas quando se trata em  
volume perde também para  
Guatemala

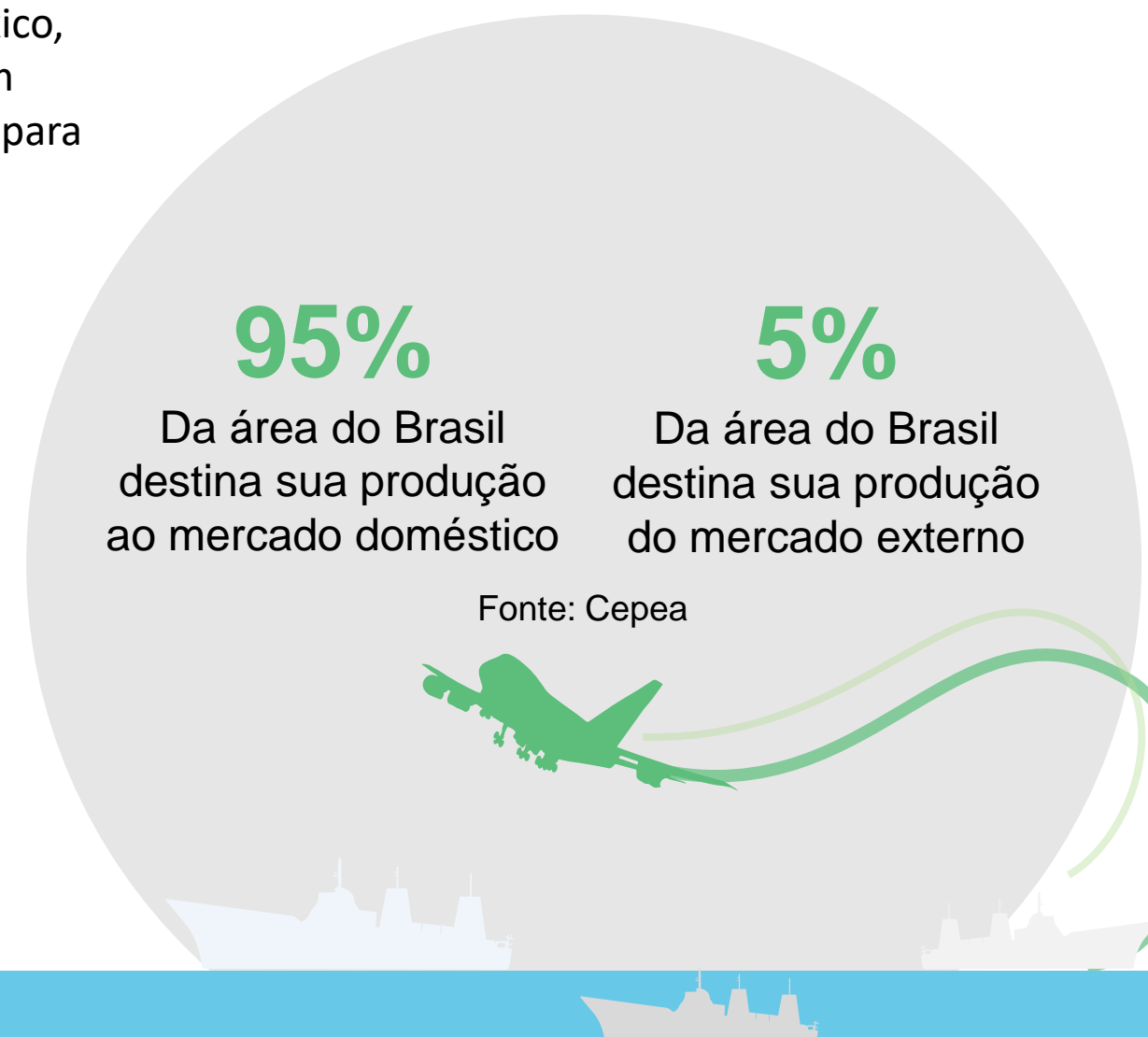
95%

Da área do Brasil  
destina sua produção  
ao mercado doméstico

5%

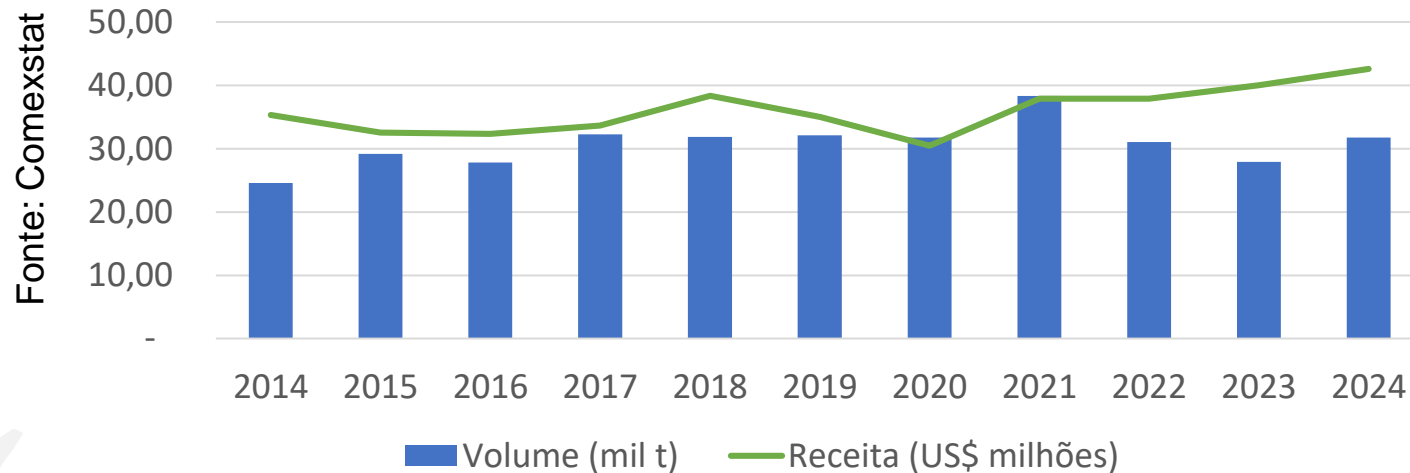
Da área do Brasil  
destina sua produção  
do mercado externo

Fonte: Cepea



# Evolução das exportações de mamão

Evolução das exportações considerando a parcial do ano  
(jan-set)



## Embarques se recuperaram

- Aumentou oferta nacional, sobretudo no 2º sem
- Demanda europeia seguiu favorável
- Pouca concorrência na Europa (cerca de 90% da fruta que chega no continente é brasileira, outros 10% bem picado entre os países, um pouco de Tailândia e Gana)





# Mercado EXTERNO

## Exportações brasileiras totais

32 mil t (+14%)  
US\$ 43 milhões (+6%)  
(jan-set/24 x jan-set/23)

Fonte: Comexstat



## Destinos

- Europa: 91%
- América do Norte: 6%
- América do Sul: 3%
- América do Sul reduziu um pouco a participação e houve aumento para Europa

## Vias

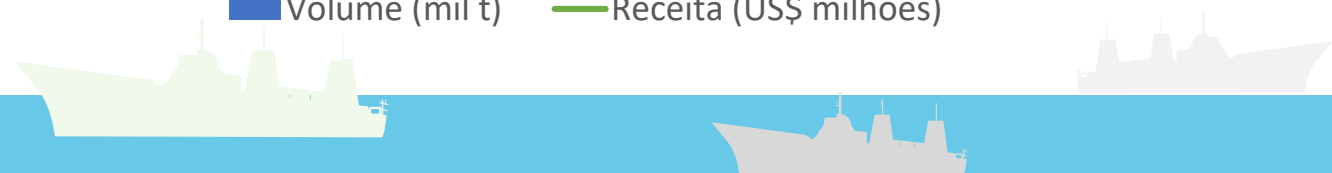
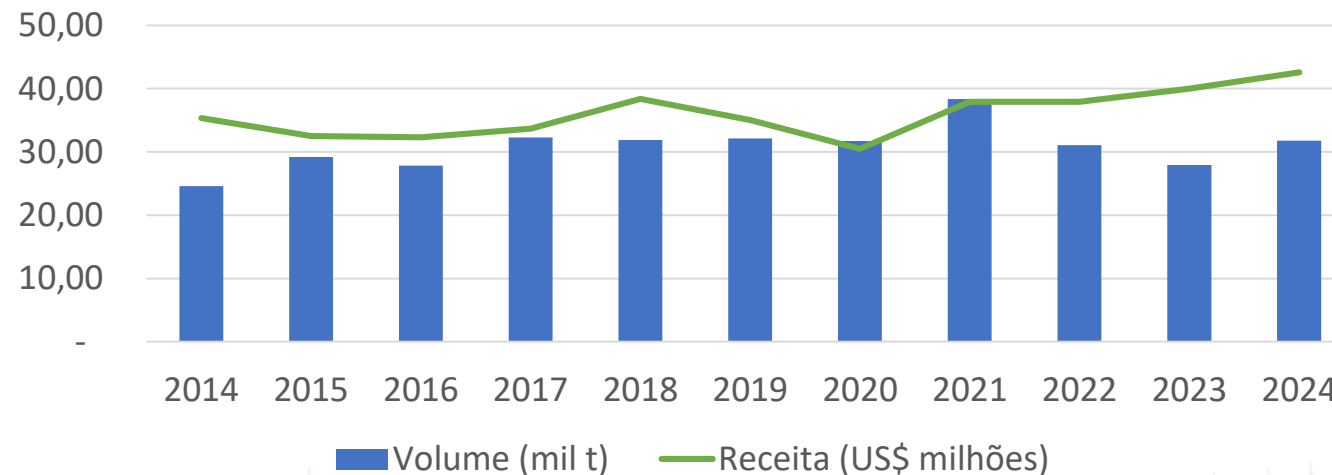
- Área: 96,5%
- Rodoviária: 3,2%
- Marítima: 0,3%
- Marítima perdeu o segundo lugar para a rodoviária nos últimos ano

## Estados

- Espírito Santo: 44%
- Rio Grande do Norte: 34%
- Bahia: 8%
- Paraíba: 8%
- São Paulo: 3%
- Ceará: 1%

Evolução das exportações considerando a parcial do ano (jan-set)

Fonte: Comexstat



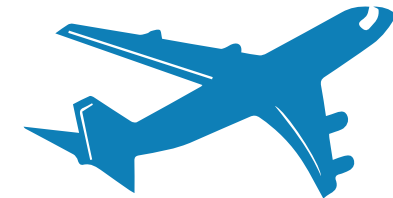
# Brasil tem **potencial** para aumentar sua participação no mercado externo

## POSITIVOS

Boa produção nacional gera excedentes exportáveis. Também possuímos a tecnologia necessária para produzir frutas de boa qualidade. Retomada do crescimento econômico mundial atual após a crise da covid-19.



## NEGATIVOS



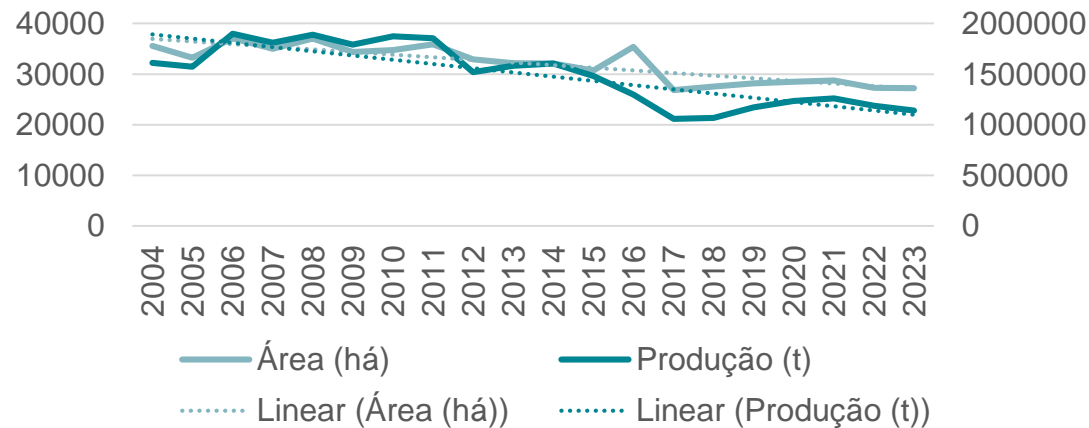
## NEGATIVOS

Gargalos de infraestrutura, logística e promoção, além da ausência de novos acordos bilaterais, limitando as exportações.

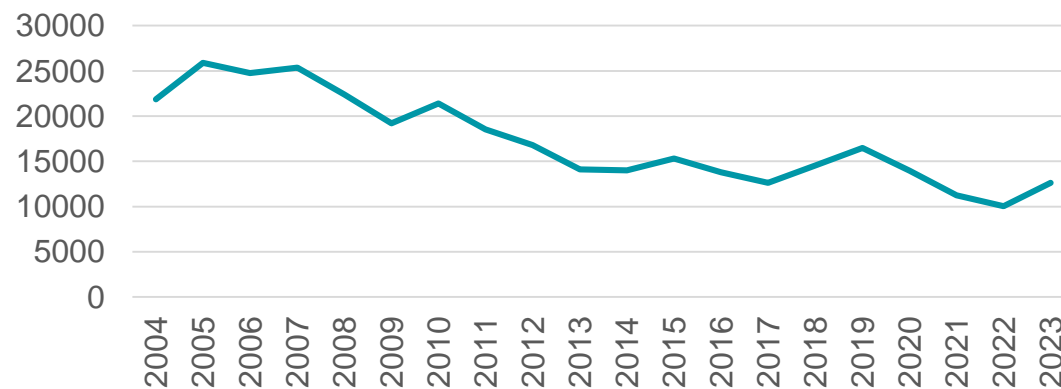
## POSITIVOS

# Considerações finais de hoje

Evolução da área e da produção de mamão no Brasil pelo IBGE



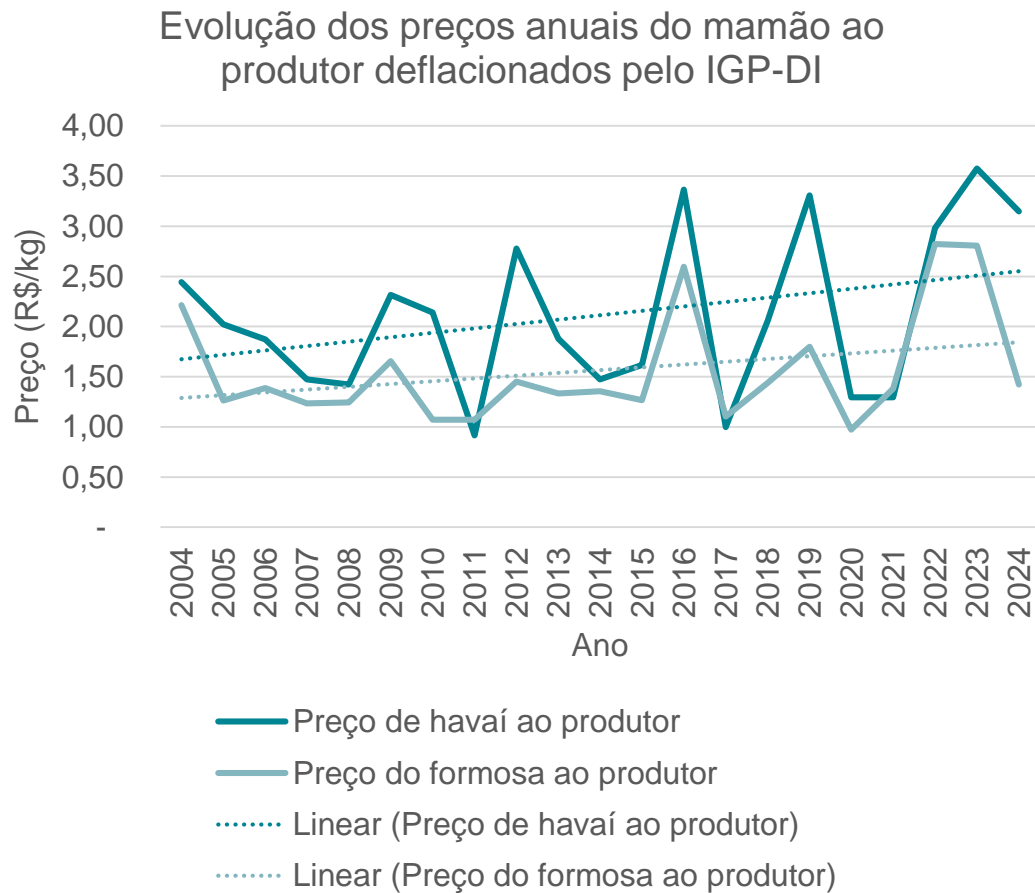
Evolução da área plantada de mamão pelo Cepea (ha)



- A área e a produção de mamão demonstraram uma tendência de queda nos últimos 20 anos
- Influência da situação climática, dos limitados retornos financeiros, e do descontrole fitossanitário em certos períodos.
- Entre 2015 e 2017: crise hídrica severa
- Em 2008, 2011, 2020 e 2022: crise econômica
- 2015 e 2016: forte incidência de viroses no Norte de MG
- 2017 e 2018: no RN
- 2021 e 2022: incidência generalizada

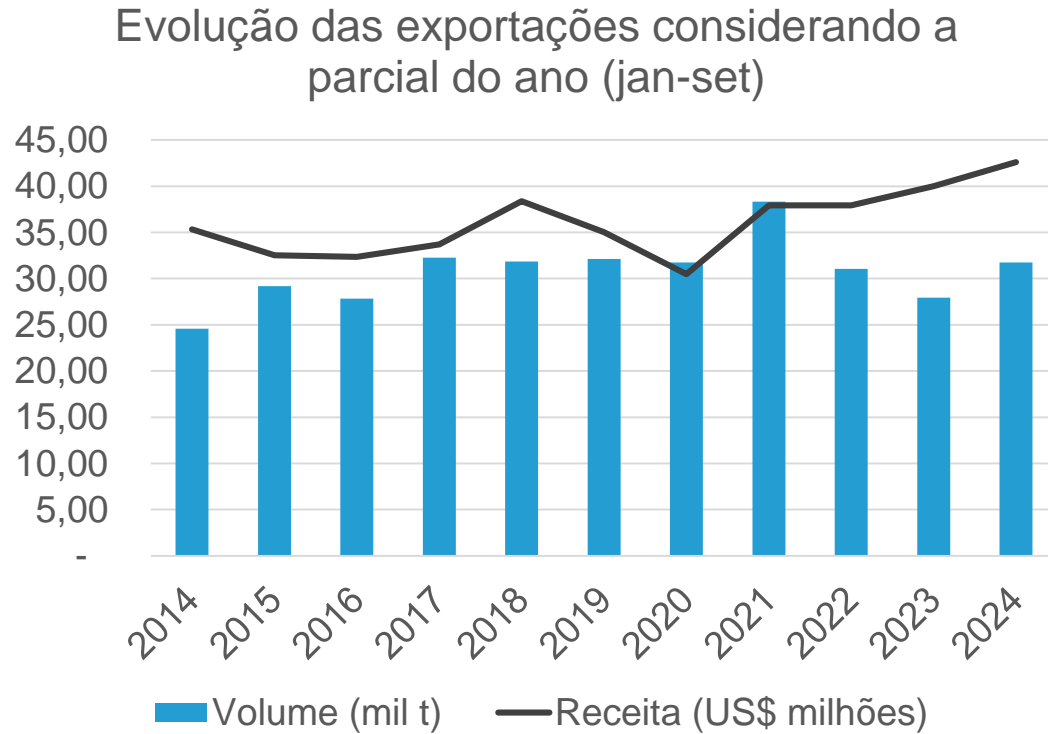


# Considerações finais de hoje



- Preços oscilam bastante de um ano para o outro, mas sinalizam tendência de alta
- Fatores de oferta, demanda e qualidade apresentam-se como os principais responsáveis pelas mudanças ocorridas
- Preços do havaí por quilo são superiores ao do formosa, devido as próprias características agrônômicas da variedade (menor produtividade e maior custo de produção unitário)
- Um dos principais desafios para a mamocultura brasileira está em manter a padronização da qualidade e da produção estável ao longo do ano, visto que o mamão é uma fruta muito sensível a adversidades climáticas

# Considerações finais de hoje



Fonte: Comexstat

- Em relação ao desempenho das exportações, as principais circunstâncias que explicam seu comportamento são:
  - Taxa de câmbio
  - Estrutura da produção voltada à exportação (qualidade, variedade e tecnologia)
  - Infraestrutura logística (disponibilidade de voos e preço)
  - Relação PIB doméstico versus internacional



@hfbrasil

# Para saber mais, entre em:

The screenshot shows the website interface with a navigation menu: PRODUTOS, PREÇOS, VÍDEOS, REVISTA, GESTÃO, MARKETING, RADAR, SOBRE NÓS, and CONTATO. The main content area includes 'DESTAQUES' with a photo of a market, 'VÍDEOS HF BRASIL' featuring an interview with Prof. Eduardo Spers on digital marketing, and a 'Preços HF Brasil' table.

HF Brasil - preços no atacado		
		outros
Manga tommy	27/02	R\$ 3,24
Mamão formosa	28/02	R\$ 12,50
Uva Itália	28/02	R\$ 6,33

Partnerships section: 19/02/2020 TOMATE/CEPEA: Safra de verão atinge o pico



@hfbrasil



@revistahortifrutibrasil



## hfbrasil.org.br

Hortifruti Brasil

E-mail para contato:

[marcela.barbieri@cepea.org.br](mailto:marcela.barbieri@cepea.org.br)



19 99128.1144



# FAÇA PARTE DO NOSSO CANAL

CONTEÚDO  
EXCLUSIVO DE HF

